

HPを通じた店舗の魅力発信で認知度向上を達成！

着な晴れ(京都府)

平成27年3月1日に創業。「着ぐずれない・苦しくない・写真が違う」をコンセプトとした、プライベートルーム完備のレンタル着物ショップ。

1. 相談のきっかけ

- ・京都祇園四条でレンタル着物ショップを夫婦で創業した。
- ・創業にあたり、HPを制作したが、予約フォームや翻訳が不完全であり、利用者には不評であった。
- ・それを受けてサイト運営会社と交渉しHPは一旦廃止した後に、インターネットを通じて当拠点を知り訪問。



美しい着付け

2. 課題整理・分析

- 【強み】
- ・夫は婚礼カメラマンとして、妻は着付け師として、約20年間に渡り活躍しており、確かな技術を有している。
 - ・出店場所は、祇園という好立地である。また店舗内にプライベートルームを完備している点は他店舗にはない強みである。
- 【課題】
- レンタル着物で京都観光を楽しむスタイルは既に定着しており、業界大手や呉服店の参入が相次ぎ、独自の魅力を打ち出すことが求められる。しかし相談者が持参したチラシには強みを十分に表現できておらず、ターゲットに向けた強力な情報発信策が必要である。

3. 解決策の提案

- ・まずあいまいになっていた顧客ターゲットを府外などからの観光客に絞るよう提案。
- ・HPを再度構築するにあたって、よろず支援拠点を通じた専門家派遣制度を活用し、HPのデザイン・構成等について助言を受けるようアドバイス。また京都府の中小企業者向け少額補助金の活用も併せて提案。
- ・HP制作期間中の情報発信については従来利用していたアメブロ・FBの活用を提案、それぞれの様式・PR方法にばらつきがあったので統一感を持たせるよう助言。
- ・HPの更新・掲載内容等については当拠点より継続的なフォローを行った。



4. 成果

- ・HPが完成するまでの間は、絞り込んだターゲットに向け、利用客で了解を得られた方をアメブロ・FBを活用し「今日の着な晴れ美人」として写真などを毎日更新。その結果、アメブロ閲覧人数600名/日、「京都着物レンタル」というワードにてgoogle検索を行った際には検索結果の1ページ目に同店のブログが表示された。HP完成後も利用者の掲載を継続し、閲覧人数1500名/日、「京都着物レンタル」というワードにてgoogle検索を行った際には、検索結果の1ページ目かつ最上段に同店のHPが表示された。検索が上位に位置することは認知度向上の表れであり、取組が実を結んだ形となった。
- ・日々の集客についてはまだ安定しない日が続くが、HP作成を通じて本企業の強みを積極的に発信できている。また着付け技術や着物マナー、写真技術など経営者ご夫婦の知見を生かした、店舗企画を実行することで、徐々に顧客も増加している。

経営者ご夫婦の声

経営よりも技術でもってお客様に満足してもらえれば良いと考えてきましたが、担当者の方より適切なアドバイスを頂き、経営者としての視点、行動が必要であることを教わりました。観光客向け着物レンタル店としては珍しく、リピート頂くお客様もいらっしゃいます。小さな不安はありますが、二人で乗り出した船の航海が豊かなものになるよう日々精進を重ねます。

